

LAYANAN JASA BODY SPA DAN KEPUASAN KONSUMEN TENTANG MANDI REMPAH PADA KAYLA SALON DAN SPA MUSLIMAH SURABAYA

Lia Mardirita

Mahasiswa S1 Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

liamardirita23@gmail.com

Dr. Mutimmatul Faidah, S.Ag. M.Ag

Dosen Pembimbing PKK S1 Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

genfida@yahoo.com

Abstrak: Body spa adalah satu perawatan kecantikan yang biasanya dilakukan oleh kaum hawa, yang meliputi perawatan dari pangkal rambut hingga ujung kaki yang bertujuan untuk mengangkat otot-otot syaraf serta melancarkan peredaran darah ke seluruh tubuh. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima. Tujuan peneliti adalah mendeskripsikan layanan jasa body spa dan kepuasan konsumen tentang mandi rempah pada Kayla Salon Dan Spa Muslimah Surabaya. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Tempat dan waktu penelitian ini dilakukan di Kayla Salon Dan Muslimah Surabaya, pengambilan data penelitian ini adalah deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan angket. Hasil penelitian ini diperoleh : (1) Prosedur layanan jasa berdasarkan hasil yang didapatkan data perawatan body spa menggunakan mandi rempah di kayla salon dan spa muslimah surabaya, layanan mandi herbal tubuh spa di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya baik dan tepat untuk menjadi alternatif perawatan tubuh dan Kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa perawatan tubuh di Kayla Salon Dan Spa Muslimah Surabaya terdapat tujuh indikator yaitu fasilitas, reliabilitas, jaminan, empati dan daya tanggap. (2) Kepuasan konsumen dikategorikan dalam sangat baik, karena konsumen merasa nyaman dan memperoleh efek positif setelah melakukan spa mandi di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya

Kata kunci : *body spa, layanan jasa, kepuasan pelanggan, mandi rempah*

Abstract: Body Spa is one of beauty treatment usually conducted by women including treatment from top to toe purposed to relax nerve and smooth blood circulation within the body. Consumer satisfaction is the feeling degree of someone then stated comparison results of product performance were accepted. The aim of this research are describes service of body spa and consumer satisfaction on herbal bath at Kayla Salon and SpA Muslimah Surabaya. Data analysis technique of this research is descriptive quantitative. Time and place conducted at Kayla Salon and Spa Muslimah Surabaya. Result of this research is the present of correlation between consumer satisfaction toward the service quality of herbal bath body SpA at Kayla Salon and SpA Muslimah Surabaya. Results of this research obtained: (1) The procedure of services based on the results obtained care data body spa using bath herbs in kayla salon and spa Muslim Surabaya , services herbal bath body spa in Kayla Salon and Spa Muslimah Surabaya good and right to be an alternative to body care and customer satisfaction with the services body care services in Kayla Salon And Spa Muslimah Surabaya there are seven indicators of facilities , reliability , assurance , responsiveness empati. (2) Customer satisfaction is categorized in a very good , because consumers feel comfortable and positive effects on Kayla setelah melakukan spa baths and Spa Salon Muslimah Surabaya

Keywords: *Body Spa, service, customer satisfaction, herbal bath*

PENDAHULUAN

Perawatan tubuh saat ini menjadi kebutuhan wanita, sangat penting untuk menunjang penampilan. Perawatan tubuh merupakan body treatment yang dilaksanakan untuk membantu mempercantik diri terutama bagian kulit dengan menggunakan bahan-bahan yang sesuai dengan

jenis kulit dan kebutuhan kulit. Adapun manfaat dari perawatan tubuh ini adalah menjadikan kulit sehat, terlihat segar dan bercahaya sehingga seseorang akan semakin percaya diri untuk tampil di depan umum dengan kondisi kulit yang sehat dan segar karena nutrisi yang dibutuhkan kulit akan tetap terjaga dengan baik

selama rajin melakukan perawatan. Perawatan tubuh biasanya dilakukan di salon, rumah kecantikan, atau rumah Spa.

Salon Spa merupakan suatu tempat yang menyediakan jasa untuk perawatan tubuh mulai dari perawatan rambut, kulit wajah, dan kulit. Pada dasarnya perawatan tubuh dapat dilakukan sendiri, tetapi wanita saat ini lebih memilih untuk melakukan perawatan tubuh di salon karena selain memiliki alat yang lengkap, wanita juga tidak perlu susah payah untuk melakukan perawatan. Mereka tinggal duduk diam sambil menikmati perawatan yang diberikan oleh pihak salon. Karena itu, pergi ke salon dapat dikatakan sebagai sarana *refreshing* bagi wanita karena mendapatkan kenikmatan tersendiri ketika refleksi diberikan oleh pihak salon. Jenis layanan jasa yang disediakan oleh salon perawatan rambut adalah *hair spa*, *crembath* dan *hair mask*. Sedangkan untuk perawatan tubuh lebih dikenal dengan *body spa*. *Body spa* meliputi dalam 4 treatment atau perawatan yaitu memijat (*massage*), pemberian lulur (*scrub*), masker dan yang terakhir adalah mandi di dalam *bath tub*.

Rumah spa juga merupakan tempat dimana seseorang bisa merasa rileks, tubuh dan pikiran menjadi segar dan kembali energik serta bertenaga sehingga dapat membangkitkan suasana hati yang riang gembira. Perawatan *body spa* di rumah spa lebih lengkap, biasanya meliputi rangkaian perawatan yang terdiri dari terapi pijat seluruh badan, lulur/*body scrub*, masker pemutih, terapi musik, aroma terapi, mandi susu / mandi aromaterapi dan pemberian *snack* berupa kue-kue dan minuman jahe hangat atau teh hangat.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Layanan Jasa Body Spa Dan Kepuasan Konsumen Tentang Mandi Rempah Pada Kayla Salon Dan Spa Muslimah Surabaya”**.

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah yang diambil adalah :

1. Bagaimana prosedur pelayanan jasa Body Spa Mandi Rempah di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya?
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap layanan Jasa Body Spa Mandi Rempah di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya?

Untuk menghindari meluasnya pembahasan, dalam penelitiannya ini dibatasi masalah antara lain:

1. Pelayanan jasa Body Spa menggunakan mandi rempah di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya.

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui prosedur layanan jasa Body Spa Mandi Rempah di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya.
2. Mengetahui kepuasan konsumen terhadap layanan Jasa Body Spa Mandi Rempah di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya.

Asumsi dalam penelitian ini adalah:

1. Layanan jasa body spa dan kepuasan konsumen tentang mandi rempah pada kayla salon dan spa muslimah.
2. Kayla salon dan spa muslimah dapat dinyatakan layak oleh responden.

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi penulis
 - a. Sebagai motivasi untuk membuat pelayanan yang sejenis dalam melakukan perawatan diri sendiri atau merawat konsumen nantinya.
 - b. Mendapatkan pengetahuan dan wawasan tentang manajemen kualitas jasa dalam melakukan pelayanan konsumen.
 - c. Mendapatkan pengetahuan tentang *treatment* khas dari rumah *spa* dan keunggulan rumah *spa* sehingga digemari oleh banyak konsumen.
2. Manfaat bagi pembaca dan masyarakat umum
Sebagai tambahan referensi bagi mahasiswa tata rias dalam melakukan penelitian lain yang sejenis ini agar penelitian dalam tata rias bisa berkembang seiring dengan perkembangan jaman.

KAJIAN PUSTAKA

A. Layanan Jasa

Industri jasa perawatan tubuh berkembang dengan pesat, sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Perawatan tubuh atau Body Spa adalah salah satu bagian keterampilan seorang terapis kecantikan untuk merawat tubuh para pelanggan. Keterampilan tersebut harus didasari pengetahuan dan kemahiran yang mendalam, serta kebijaksanaan dalam mengambil keputusan yang tepat sewaktu menentukan perawatan Spa yang harus dilakukan (Hakim, 1999:43). Terapis bertanggung jawab dalam memberikan layanan perawatan tubuh yang berkualitas kepada pelanggan.

Lupiyoadi dan Hamdani, (2006:192) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan tingkatan perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan dihasilkan. Pendapat para ahli

diatas jelas bahwa jasa merupakan produk yang tidak terlihat. Nyatanya nilai dari suatu jasa yang diturunkan sering tergantung dari kemampuan, pengalaman dan partisipasi dari pembeli (konsumen), pendapat para ahli antara lain :

1. Pelayanan jasa merupakan produk tidak terlihat yang dilaksanakan dan diproduksi.
2. Pelayanan jasa tidak berwujud fisik, tidak dapat disimpan dan tidak dapat dilihat.

Beberapa pendapat para ahli dalam memberikan pengertian tentang jasa sebagai berikut :

- a. Nirwana (2004:4) mendefinisikan bahwa jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, dan pada prinsipnya tidak dapat diraba secara fisik (*intangible*) tetapi dapat digunakan untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan. Keberadaan jasa juga tidak tergantung pada keberadaan fisik lainnya, dengan demikian maka jasa dapat berdiri sendiri.
- b. Smith (2001:161) menjelaskan bahwa jasa tidak tahan lama, bermacam-macam, penampilannya *intangible*, diproduksi dan dikonsumsi secara berurutan, tidak dapat disimpan dan tidak pernah dimiliki.

Sesuai pengertian diatas, jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki. Berdasarkan Pembahasan diatas secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan jasa perawatan *Spa* adalah kemampuan untuk memuaskan konsumen atau pelanggan melalui produk perawatan tubuh dan teknik perawatan tubuh sesuai prosedur yang tidak terlihat dan tidak berwujud fisik. Dalam manajemen kulit jasa ada lima dimensi kualitas jasa, terdiri dari : (Sumber : Lupiyoadi dan Hamdani, (2006:192)

1. *Tangibles*

Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik harus dapat diandalkan meliputi :

- a. Peralatan yang modern menggunakan alat-alat yang modern sehingga tidak mempersukit karyawan untuk menjalankan tugasnya
- b. Fasilitas yang menarik fasilitas yang menarik dan unik sehingga para konsumen yang datang akan senang dan nyaman saat berada di salon tersebut.

2. *Reliability*(*kehandalan*)

Kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya

- a. Memberikan pelayanan sesuai dengan janji atau kesepakatan yang sudah dilaksanakan
- b. bertanggung jawab terhadap masalah pelayanan, seperti bertanggung jawab ketidaknyamanan konsumen
- c. Memberi pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada konsumen
- d. Memberikan pelayanan tepat waktu sehingga konsumen tidak menunggu dan tidak bosan untuk datang ke salon.
- e. Memberikan informasi kepada konsumen tentang kapan pelayanan yang dijanjikan akan direalisasikan

3. *Responsiveness*

- a. Memberikan pelayanan yang cepat sehingga konsumen tidak menunggu lama
- b. Kerelaan untuk membantu / menolong konsumen.
- c. Siap dan tanggap untuk menangani respon permintaan dari para konsumen

4. *Assurance* (*jaminan*)

- a. Karyawan saya akan menjaga kepercayaan dari konsumen sehingga konsumen tidak kecewa kepada pelayanan yang diberikan oleh pihak salon
- b. Pihak salon akan selalu membuat konsumen merasa nyaman dalam menggunakan jasa yang ada di salon tersebut
- c. Pihak salon akan selalu berusaha menjaga sikap dalam berperilaku dengan konsumen
- d. Karyawan akan memiliki pengetahuan yang luas tentang apa yang ada di salon sehingga konsumen tidak merasa khawatir.

5. *Emphaty* (*empati*)

- a. Pihak salon atau karyawan akan selalu memberikan perhatian kepada setiap konsumen yang datang.
- b. Karyawan saya akan berusaha mengerti apa yang diinginkan oleh konsumen.

B. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian

Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Dari beragam definisi kepuasan konsumen yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen.

Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi barang atau jasa tersebut serta pengalaman teman-teman yang telah mengkonsumsi barang atau jasa tersebut dan periklanan. Didalam lingkungan yang kompetitif, indikator yang dapat menunjukkan kepuasan konsumen adalah apakah konsumen tersebut akan membeli kembali dan menggunakan produk tersebut diwaktu yang akan datang.

Lupiyoadi dan Hamdani (2006:192) menjelaskan kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan dihasilkan. Pelanggan merasa puas atau tidak menentukan kesesuaian antar harapan konsumen dengan kinerja yang ditunjukkan oleh produk atau jasa yang bersangkutan. Bila ternyata kinerja jauh dari apa yang diharapkan konsumen, konsumen akan merasa tidak puas, sedang kinerja jauh diatas apa yang diharapkan maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Lupiyoadi dan Hamdani (2006:192) menjelaskan kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan dihasilkan. Pelanggan merasa puas atau tidak menentukan kesesuaian antar harapan konsumen dengan kinerja yang ditunjukkan oleh produk atau jasa yang bersangkutan. Bila ternyata kinerja jauh dari apa yang diharapkan konsumen, konsumen akan merasa tidak puas, sedang kinerja jauh diatas apa yang diharapkan maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Menurut Kotler (2001:299), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan sekarang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Berdasarkan definisi diatas dapat ditarik kesimpulan pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan untuk menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggan.

Konsumen mempunyai penghargaan atas produk berdasarkan pesan yang diterima dari penjualan melalui iklan, teman-teman, dan sumber lain. Semakin besar kesenjangan antara pengharapan dan kinerja akan semakin besar pula tingkat ketidakpuasan.

C. Konsep Dasar Body Spa

1. Pengertian Body Spa

Body Spa merupakan suatu istilah yang tidak asing dalam dunia kecantikan bagi masyarakat Indonesia, terutama masyarakat yang sangat memperdulikan kecantikan dan kesehatan kulitnya. Spa adalah perawatan tradisional yang menggunakan air sebagai medianya. Spa berasal Bahasa Latin "*salus per aqua*" yang artinya sehat melalui air. Ada juga yang menyebutkan bahwa Spa merupakan nama sebuah kota di Belgia yang memiliki pemandian air panas, tempat ini kerap digunakan bangsawan Romawi ketika ingin terapi relaksasi menggunakan air, biasanya dilakukan untuk memanjakan diri setelah perjalanan jauh. Nama Spa kemudian berkembang ke seluruh Eropa, dan kini dipakai di seluruh dunia untuk tempat terapi air. Secara lebih rinci *Spa* didefinisikan sebagai suatu cara penatalaksanaan kesehatan dengan menggunakan air dalam berbagai bentuk untuk mengobati suatu penyakit atau untuk mempertahankan kesehatan individu (Menelusuri Asal Usul *Spa*, 2012, www.conectique.com, 11 Maret 2012).

Gaya hidup orang yang tinggal di kota besar biasanya dipadati dengan aktivitas sehingga lebih rentan stres. Stress menjadi persoalan kesehatan yang sering menyerang masyarakat perkotaan. Untuk menghilangkannya dapat dilakukan dengan cara relaksasi. Disinilah *Spa* menjadi salah satu alternatif untuk rileksasi agar pikiran kembali segar. Selain itu, *Spa* juga bermanfaat untuk mengencangkan, menghaluskan dan memberi nutrisi pada kulit serta melancarkan peredaran darah. Berbagai manfaat yang sesuai dengan gaya hidup metropolitan itu menyebabkan spa semakin tumbuh dan berkembang di kota-kota besar.

D. Mandi Rempah

Mandi rempah merupakan salah satu perawatan tradisional warisan budaya bangsa Indonesia yang sudah dilakukan selama berabad-abad. Perawatan ini dulunya merupakan tradisi bagi putri-putri keraton untuk menjaga kecantikan lahir maupun batin yang diyakini dengan mandi rempah bisa membuat aura tubuh lebih terpancar.

Saat ini khasiat mandi rempah bisa dilakukan oleh semua orang, baik wanita maupun pria. Mandi rempah sudah terbukti menghaluskan kulit, mengatasi berbagai keluhan kulit, misalnya gatal, jerawat atau bisul, menghilangkan bau badan dan sebagainya. Wangi rempah sekaligus menjadi aromaterapi yang menenangkan pikiran dan emosi. Tidak hanya baik untuk kecantikan, mandi rempah juga bermanfaat untuk menjaga kesehatan tubuh. Kandungan zat-zat dalam berbagai jenis rempah bisa membuat peredaran

darah mengalir lancar sehingga rasa lelah, pusing, bahkan insomnia tidak lagi mengganggu tidur.

Dengan berendam di dalam air rempah, seseorang telah melakukan detoksifikasi yang akan membuang racun-racun di dalam tubuh. Hal inilah yang menjadi penyebab tubuh terasa menjadi lebih ringan setelah mandi rempah. Mandi rempah terdiri dari berbagai jenis rempah dan bahan-bahan herbal lainnya seperti kunyit, daun sirih, akar wangi, kayu cendana, kayu manis, vanilla, lavender, daun teh dan lain sebagainya. Biasanya juga ditambahkan juga minyak bunga mawar, melati, lili, lotus, dan sebagainya sehingga lebih harum. Pemakaian mandi rempah akan lebih maksimal dengan air hangat karena dengan perpaduan khasiat air hangat dalam merelaksasi juga membantu agar nutrisi dan khasiat rempah terserap baik.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif karena bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan kepuasan pelanggan terhadap Layanan Body Spa Mandi Rempah Di Kayla Salon Dan Spa Muslimah Surabaya.

B. Sasaran penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah member yang terdapat di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya. Berdasarkan wawancara dengan manajemen Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya terdapat 325 orang yang tergabung dalam member Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya di Jl. Nginden II, No. 118 Surabaya. Waktu penelitian disesuaikan dengan jadwal kegiatan sehari-hari yang sesuai dengan minat konsumen melakukan perawatan Body Spa mandi rempah. Penelitian dimulai pada bulan Mei 2015 sampai bulan Desember 2015.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah member yang terdapat di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya. Berdasarkan wawancara dengan manajemen Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya terdapat 325 orang yang tergabung dalam member Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya.

2. Sampel Penelitian

Menurut Suharsimi (2006:131) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dalam pengambilan sampel, agar nantinya tidak terjadi

kesalahan atau kesalahwenangan, maka pengambilan sampel harus menggunakan teknik sampling tertentu.

B. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis antara lain:

a. Observasi

Observasi untuk mengetahui tahapan layanan jasa Body Spa mandi rempah di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara mencari keterangan secara lisan kepada informan. Wawancara digunakan untuk mencari data tentang layanan body spa dengan menggunakan mandi rempah di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya. Wawancara ini dilakukan kepada *beautician*, *owner*, dan pengelola salon.

c. Angket (Skala Sikap)

Angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan sejumlah pernyataan tertulis kepada responden mengenai hal-hal yang ingin diketahui peneliti. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket terbuka, yaitu salah satu jenis angket dimana item pernyataan pada angket juga disertai beberapa kemungkinan jawaban sehingga responden tinggal memilih jawaban yang dinilainya pernah dilakukan. Angket digunakan untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap layanan body spa mandi rempah di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya. Angket diberikan pada konsumen pengguna layanan body spa di Kayla Salon dan Spa Muslimah Surabaya.

Keterangan Kategori Penilaian Rata-Rata

Skor	Kategori
0,1 – 1,0	Kurang Baik
1,1 – 2,0	Cukup Baik
2,1 – 3,0	Baik
3,1 – 4,0	Sangat Baik

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Layanan Jasa Perawatan Tubuh Di Kayla Salon Dan Spa Muslimah

1. Profil salon

Kayla Salon dan Spa Muslimah hadir untuk mewujudkan keinginan wanita muslimah agar bisa tampil sehat, cantik dan terawat tetapi tetap dalam koridor syariah. Kayla berdiri sejak tahun 2006 dengan nama awal Aliya Griya Kecantikan Muslimah. Di awal berdirinya, memang belum dikelola

secara serius dan maksimal oleh pemiliknya, Ibu Neni Dwi Wulandari, SKH. Dengan begitu banyaknya bermunculan Salon Dan Spa Khusus Muslimah, dan ternyata dijumpai yang menggunakan *Brand Name Aliya* tidak hanya satu, maka untuk membedakan dengan tempat *spa* sejenis sekaligus sebagai wujud peningkatan layanan yang lebih baik dan profesional, maka sejak 2010 *Aliya* berganti nama menjadi Kayla Salon dan Spa Muslimah.

2. SOP Kayla Salon Dan Spa Muslimah

Kayla Salon Dan Spa Muslimah memiliki standart operasional pelayanan (SOP) mulai dari pelayanan hingga produk kosmetik yang digunakan. SOP yang diterapkan di salon ini harus dipatuhi oleh semua anggota Kayla Salon Dan Spa Muslimah Surabaya, mulai dari manager hingga beautician wajib mematuhi dan menjalankan SOP yang diterapkan.

3. Prosedur Spa Di Kayla Salon

Prosedur perawatan tubuh di Kayla Salon Dan Spa Muslimah biasanya memerlukan waktu kurang lebih dari 2 jam, mulai dari pengurutan hingga lulur sampai ke mandi rempah.

4. Prosedur Massage Spa

Manfaat massage antara lain : (a) menciptakan kenyamanan, relaksasi dan kebugaran melalui sentuhan terapis yang terangkai dengan gerakan yang sistematis, (b) mendatangkan efek kesehatan fungsi otot dan tulang (*thai massage/shiatsu*), (c) membuang dan membakar lemak di tubuh dengan bantuan penggunaan bahan-bahan yang dapat dioleskan kepermukaan kulit yang berfungsi membantu menghancurkan selulit dan lemak (*Slimming Massage*).

5. Prosedur Scrub Spa

Body scrub merupakan tahapan pembersihan tubuh dari kotoran/daki tubuh serta mengangkat sel-sel kulit mati pada tubuh, sehingga menjadikan kulit terlihat semakin halus dan bersih. Untuk langkah awal, terapis memakai jenis lulur scrub yang memiliki butiran halus di dalamnya, jenis lulur ini jauh lebih mudah untuk digunakan dan hasil akhirnya jauh lebih baik dibandingkan dengan jenis lulur lainnya. Butiran halus akan membantu mempercepat proses pengangkatan kotoran dari permukaan kulit tubuh.

6. Prosedur *body mask* (masker)

Body masker merupakan tahapan selanjutnya yang berfungsi untuk memberikan nutrisi pada kulit, membersihkan kulit tubuh secara mendalam serta menjaga kekencangan kulit tubuh. Tahapan masker untuk tubuh ini adalah setelah pengolesan scrub diseluruh

tubuh selesai, dimulailah masker ke seluruh tubuh.

7. Prosedur mandi rempah

Tahapan terakhir perawatan spa tubuh adalah mandi rendam, sangat baik untuk merilekskan otot-otot yang tegang serta fikiran, melembabkan tubuh, serta dapat menghilangkan bau badan yang kurang sedap. Setelah selesai berendam, tubuh diolesi *body lotion* yang mengandung *moisturizer* untuk kesegaran dan kekenyalan kulit tubuh. Dalam prosedur mandi rempah ini pelanggan dipersilahkan untuk masuk kedalam bak mandi yang sudah diberi rempah-rempah pilihan dan diberi busa sabun.

B. Kepuasan Konsumen

1. Tingkat Layanan Jasa

Berdasarkan hasil penelitian dapat dideskripsikan pelayanan jasa perawatan jasa perawatan tubuh di Kayla Salon Dan Spa Muslimah Surabaya. Pertanyaan yang diajukan kepada responden sebanyak 32 pertanyaan dan dibagi menjadi 7 sub indikator.

a. Kepuasan terhadap Fasilitas

Hasil penilaian responden terhadap fasilitas area salon fisik disajikan dalam bentuk grafik berikut ini :



Diagram 4.1 : Indikator Fasilitas Area Salon

b. Keandalan (*realibility*)

Hasil penilaian responden terhadap indikator keandalan (*realibility*) disajikan dalam bentuk grafik berikut ini :

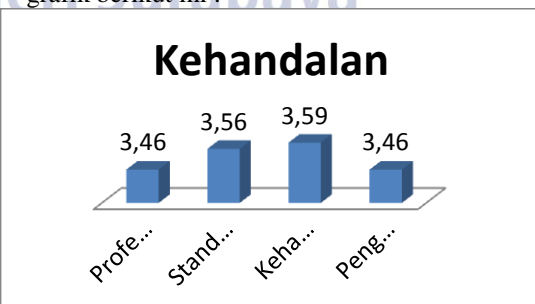


Diagram 4.2 : Indikator Keandalan (*Realibility*)

c. Jaminan (*assurance*)

Hasil penilaian responden indikator Jaminan (*assurance*) disajikan dalam bentuk grafik berikut ini :

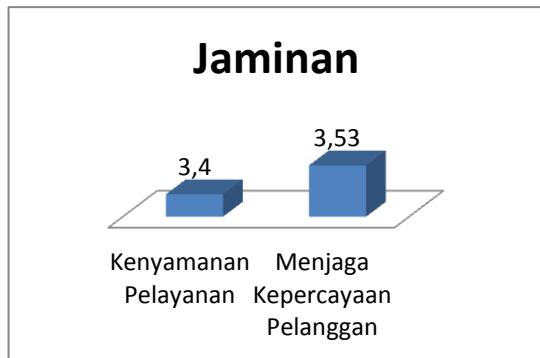


Diagram 4.3 : Indikator Jaminan (*Assurance*)

d. Empati (*empaty*)

Hasil penilaian responden indikator Empati (*empaty*) disajikan dalam grafik berikut ini :

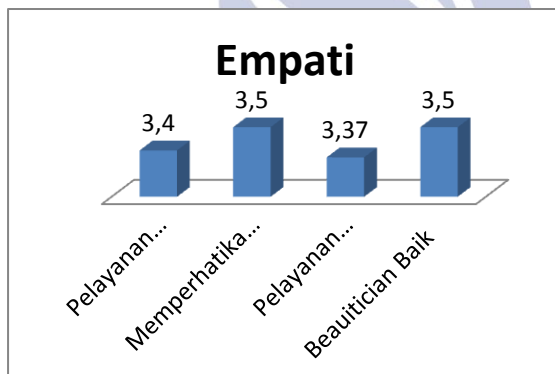


Diagram 4.4 : Indikator Empati (*Empaty*)

e. Berwujud (*tangibles*)

Hasil penilaian responden indikator berwujud (*tangibles*) disajikan dalam bentuk grafik berikut ini :

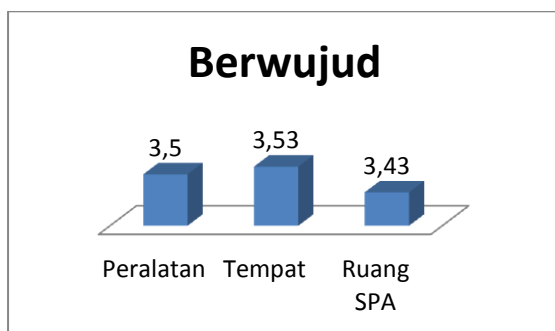


Diagram 4.5 : Indikator Berwujud

f. Daya tanggap (*responsiveness*)

Hasil penilaian responden indikator daya tanggap (*responsiveness*) disajikan dalam bentuk grafik berikut ini :

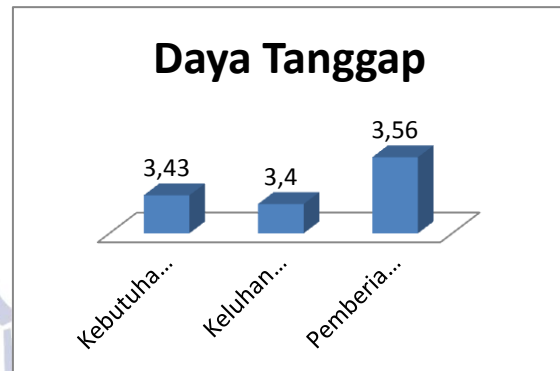


Diagram 4.6 : Indikator Daya Tanggap

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil pertandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan dihasilkan, pelanggan merasa puas atau tidak menentukan kesesuaian antar harapan konsumen dengan kinerja yang ditunjukkan oleh produk atau jasa yang bersangkutan.

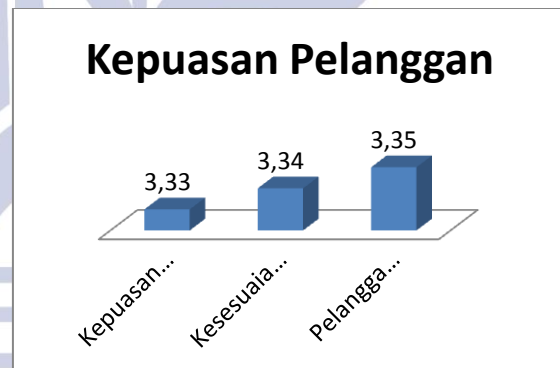


Diagram 4.8 : Indikator Kepuasan Pelanggan

Hasil respon pelanggan yang melakukan perawatan tubuh di Kayla Salon Dan Spa Muslimah Surabaya pada indikator kepuasan pelanggan yang meliputi pelayanan yang ada di Kayla Salon Dan Spa Muslimah Surabaya dinyatakan baik dengan nilai rata-rata 3,34 sehingga dapat disimpulkan Kayla Salon Dan Spa Muslimah Surabaya selalu mengutamakan pelayanan terhadap pelanggan yang melakukan perawatan tubuh dan layak untuk dijadikan tempat perawatan tubuh. Pelanggan merasa nyaman dan mendapat efek positif setelah melakukan *Body Spa* di Kayla Salon Dan Spa Muslimah Surabaya, pelanggan merasa puas dan berkeinginan untuk menjadi pelanggan tetap di Kayla Salon Dan Spa Muslimah Surabaya.

PENUTUP

A. Simpulan

- a. Prosedur layanan jasa berdasarkan hasil wawancara didapatkan data perawatan Body Spa Menggunakan Mandi Rempah Di Kayla Salon Dan Spa Muslimah Surabaya, antara lain : Mengucapkan selamat datang saat ada pelanggan yang masuk ke Kayla Salon Dan Spa Muslimah, kemudian mempersilahkan pelanggan menuju *Customer Servis*, untuk menanyakan tujuan serta memilih produk yang akan digunakan saat perawatan sesuai dengan jenis dan kondisi kulit. Pelanggan dipersilahkan duduk di ruang tunggu yang sudah disediakan untuk menunggu antrian. Selain prosedur yang ditetapkan, terapis dibekali dengan kemampuan untuk berkomunikasi kepada pelanggan dan juga menerima dan mendengarkan keluhan dari pelanggan.
- b. Kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa perawatan tubuh di Kayla salon dan spa muslimah Surabaya mendapat respon sangat baik. Pelanggan merasa nyaman dan mendapat efek positif setelah melakukan body spa mandi rempah di Kayla salon dan spa muslimah Surabaya, pelayanan jasa body spa yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan berkeinginan untuk menjadi pelanggan tetap.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran-saran terkait dengan penelitian layanan jasa body spa mandi rempah di Kayla salon dan spa Surabaya agar meningkatkan fasilitas yang disediakan bagi pelanggan. Ruangan perlu peningkatan kebersihan dan perabotan lebih ditata rapi. Dilihat dari hasil respon pelanggan yang melakukan perawatan tubuh, indikator fasilitas yang meliputi kebersihan, kerapian dan kenyamanan memiliki rata-rata jumlah rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia, H. 2009. *Cantik Sehat & Sukses Berbisnis Spa*. Jakarta: Kanisius.
- Arikunto, Suharsimi, 2003. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V Jakarta: PT. Renake Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Benge, Shopie. 2003. *The Tropical Spa: Asian Secrete of Health, Beauty, and Relaxation*. Jepang: Tuttle Publishing.
- Capellini, S. 2010. *The Complete Spa Book for Massage Therapists*. New York: Milady.
- Hariadi, Bambang. 2003. *Strategi Manajemen*. Malang: Bayumedia.
- Juliana, Elza. 2011. *The Beauty The Healthy*. Aulya Publishing.
- Jumarani, Louise. 2009. *The Essence of Indonesian Spa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler .2001. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Lupyoadi, Ramdan dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Masami, Keiko. 2013. *Rahasia Cantik Alami Wanita Jepang*. Yogyakarta: Laksana.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mursid M, 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nirwana . 2004. *Pengertian Jasa*. Jakarta : Rajawali Pers
- Politeknik Kesehatan Surakarta. 2002. *Sumber Pisis*. Solo.
- Rhagawa, Katryn. 2012. *Khasiat Daun Alami*. Yogyakarta: Laksana.
- Riduwan, 2007. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Riesty . 2009. *Massage Tubuh*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Somantri, Ratna. 2011. *Kisah dan Khasiat Teh*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudjana. 1996. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Soraya, N. 2007. *Sehat & Cantik Berkat Teh Hijau*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudijono, Anas. 2009. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta : Rajawali Pers
- Sudjana. 2005 *Statistika. Metoda*, Bandung : Tarsito
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sukardi. 2006. *Penelitian Kualitatif-Naturalistik dalam Pendidikan*. DIY Yogyakarta : Penerbit usaha keluarga
- Surbakti, Ramlan. 1992. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta : PT Gramedia
- Smith . 2001. *Pengertian Jasa*. Jakarta : Rajawali Pers
- Tim Penyusun, 2014. *Pedoman Penulisan Skripsi*, Universitas Negeri Surabaya. Surabaya.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J&J Learning Yogyakarta.

Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

